cartilla3 a _radiorevista.qxp 07/03/2009 17:06 PÆgina 1

manuales de capacitación **en radio popular**

radiorevista





Manual de Capacitación Nº3

radio revista



Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica

Reelaboración presente edición
El Culebrón Timbal I Productora Escuela Cultural Comunitaria
Producción: César Baldoni, Pablo Carballo, Diego Jaimes, Carolina Balderrama
Diseño Gráfico: Nahuel Croza
Ilustraciones: Emilio Utrera

Apoyo Edición
Angélica Rosas
Mónica Delgado
Néstor Busso

Impresión
Manthra Editores - Quito / Ecuador

manuales de capacitación **en radio popular**

radio revista





Para Presentarlos

Porque aunque parece que ya los conocen y es cierto, también es cierto que no los conocen. Entonces, vale la pena una presentación.

Así es. Se trata nuevamente de los conocidos Manuales de Capacitación de ALER. Sí. Después de los años de reflexión, debate, autocrítica y re-creación que trajo consigo el nuevo siglo, las voces pidiendo materiales para apoyar la práctica radiofónica diaria se multiplicaron. La expresión de la necesidad de contar con material impreso útil para mejorar el trabajo de producción y programación aparecía en todos los espacios: talleres, reuniones, visitas, asesorías.

Entonces nos decidimos y recuperamos la tradición. Volvimos a la primera serie de Manuales de ALER, elegimos de todos, ocho. Los ocho que encontramos de mayor utilidad en la práctica diaria de las radios. Aquí están. La cuestión es que son y no son.

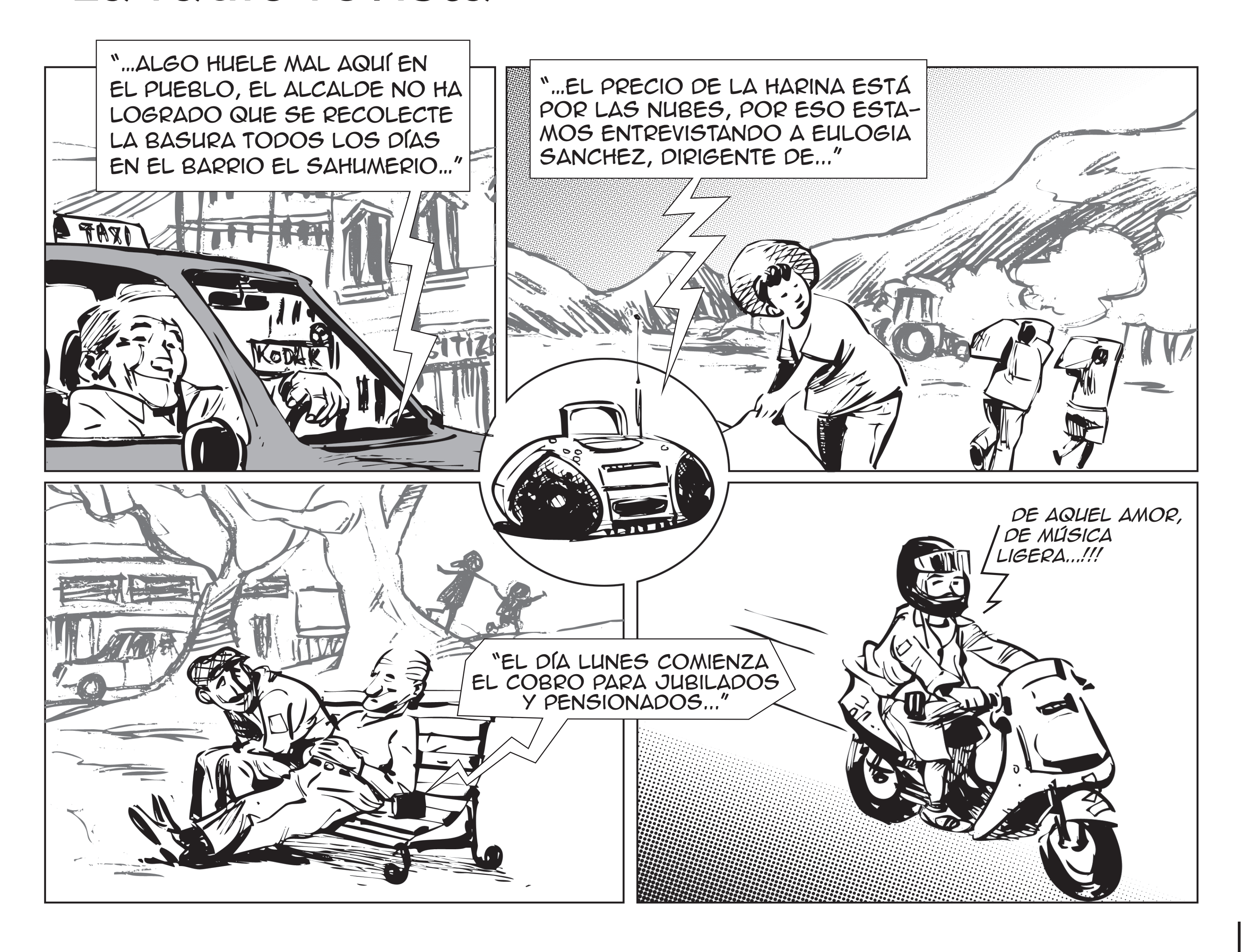
Son, porque hemos partido de ellos, de sus contenidos básicos, de su formato básico, de su estructura básica. Es decir, hemos partido de la tradición y la herencia que hemos recibido, valiosa herencia. Pero como los tiempos cambian y cambió la época, hemos hecho un esfuerzo importante por actualizarlos en sus contenidos, en su formato, en su estructura y también en su gráfica.

Por eso, son los conocidos Manuales de ALER, pero hay que hacer un ejercicio de re-conocimiento situándonos hoy, en nuestros contextos y en nuestras radios. Con certeza la familiaridad histórica de nuestra gente de radio con estos manuales hará que rápidamente se apropien de la nueva versión. Tenemos la certeza de que serán muy útiles y eso, precisamente, es lo que buscamos.

¡Que se los apropien y los disfruten!

NELSY LIZARAZO
Secretaria Ejecutiva
ALER

La radio revista





El nombre **revista** nos hace acordar a una públicación gráfica ¿no?... algo de eso hay. Ya que estamos, que les parece, mientras seguimos trabajando el cuadernillo, analicemos alguna publicación de actualidad.

- ¿qué secciones posee?
- ¿hay columnistas?
- ¿en que tono se escribe?

Lo mismo podemos hacer con la tele, de este modo, vemos como un género pasa de un medio a otro.

La radio revista es nuestra compañera de todos los días. Nos ayuda a desperezarnos, o a hacer más ameno el almuerzo, o a hacer que ganarnos el peso en el trabajo sea más llevadero. Pero no es solo entretenimiento. También nos informa, nos plantea preguntas, nos hace opinar en voz alta. Nos permite hasta debatir entre amigos/as o compañeros/as con quienes compartimos el día a día.





¿Qué sería de nosotros sin la charla o el comentario cotidiano de los que nos pasa? Este es un formato bien colectivo, donde todos y todas estamos invitadas/os a subir y a recorrer sus distintas paradas y estaciones, como un transporte de pasajeros. Y con estéreo incluido, con las canciones que nos gustan.

Por allí pasa lo que sucede en el día a día de la comunidad, del pueblo, de la ciudad... los avisos comunitarios, los comentarios del clima, lo que pasa en el mercado y en la calle, las curiosidades y misceláneas, las fechas y recordatorios, los temas de debate actual, los concursos, los chistes...

Radio revista...
¡el formato más completo!



SI QUIERO CONOCER LAS NOTICIAS DE LA LOCALIDAD, DEL PAÍS O DEL MUNDO ENTERO...



un programa informativo



SI QUIERO ESCUCHAR DISFRUTAR DE LA MÚSICA DEL RECUERDO Y DE LOS ÚLTIMOS TEMAS QUE ESTÁN SONANDO...



un programa musical



SI QUIERO DISFRUTAR DE UN RELATO POPULAR, O DE UNA HISTORIA CON PERSONAJES...



un radioteatro



SI QUIERO SABER QUÉ OPINIÓN TIENEN DISTINTAS PERSONAS SOBRE LOS TEMAS MÁS IMPORTANTES DE LA SEMANA...



un programa periodístico

SI QUIERO UN POCO DE TODO ESO, ORDENADO, CON BUENA CONDUCCIÓN, PARTICIPACIÓN DE LA GENTE Y CON UN RITMO AMENO... UNA **RADIO REVISTA**.



¿Todo eso es la radio revista?

Todo eso y mucho más.
Este género radial tiene la virtud de ser el más rico de todos. Combina todos los formatos y su característica principal es que acompaña a la gente en su cotidiano.



No hay una receta para hacer una radio revista. Lo importante es que tenga variedad. Pero icuidado!, que la variedad no se nos haga ensalada. Que no sea una mezcla de ingredientes sin una propuesta que los unifique. Un buen plato, de esos que da gusto saborear, por más sencillos que parezcan tienen mucha preparación atrás. Y todos sus elementos están bien pensados.



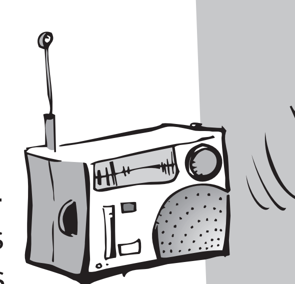
Las radio revistas se clasifican:

Según los **temas**	Según los **públicos**	Según los **horarios**
Deportivas	Juveniles	Matinales
Musicales	Infantiles	
Culturales	Comunitarias	Vespertinas
Políticas	Campesinas	
De educación ciudadana	De Mujeres	Nocturnas

1. Según los temas



Por ejemplo: Las musicales



En estas revistas, que suelen ser largas, predomina la música. Las y los locutores van mezclando pequeños comentarios y otros recursos radiofónicos. Estos recursos pueden reducirse a simples notas de farándula o curiosidades. Pero también puede hacerse, como veremos después, una **revista musical educativa**.



O las políticas: si bien utilizan recursos variados, su tema principal es el análisis político local, nacional, latinoamericano o mundial.



2. Según los públicos

POR EJEMPLO: LAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD COMUNITARIA

Pueden ser realizadas por las promotoras locales, que trabajan en la sala de salud o dispensario. De esta manera, a través de la radio dan a conocer el calendario de vacunación, o quizás organizan campañas para erradicar alguna enfermedad. También pueden utilizar el radioteatro para representar alguna situación del barrio y difundir información importante para el cuidado de la salud.



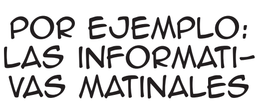
Temas, públicos y horarios...

¿Qué opinan? ¿hay relación entre estos tres elementos?

Para establecer eso tenemos que conocer tanto a nuestra localidad, como audiencias y públicos.

3. Según los horarios

Son programas de comentarios políticos, de análisis de la situación. También incorporan música y secciones dramatizadas o de humor político. Pero básicamente son **revistas de actualidad informativa**. Constituyen un estupendo complemento con el noticiero de una emisora popular, ya que se puede ampliar y amenizar los comentarios, tener invitados en el estudio o contactados a través del teléfono, por ejemplo.



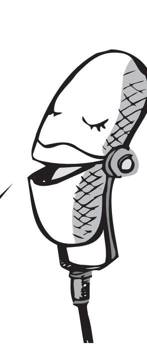




Temas y públicos

¿A quiénes queremos llegar?
¿Qué les interesa y preocupa?





SEGÚN LOS DESTINATARIOS

- campesinos/as
- mujeres
- obreros/as
- estudiantes
- jóvenes
- ancianos/as
- niños y niñas
- familias
- barrios
- comunidades cristianas
- audiencia variada

SEGÚN LOS TEMAS QUE TRATAN

- derechos humanos
- agropecuarios
- economía social
- cooperativismo
- sindicalismo
- asesoría jurídica
- salud
- violencia
- contaminación
- discriminación
- evangelización
- temas variados

PUEDE SER ARRIESGADO HACER UN PROGRAMA "PARA TODOS".

A veces, la falta de definición de los destinatarios hace que el programa no sea para nadie. Es importante tener en cuenta los intereses según edades, sexos, profesión, sectores sociales; son muchos y muy variados.

CONVIENE ESPECIFICAR LOS DESTINATARIOS,

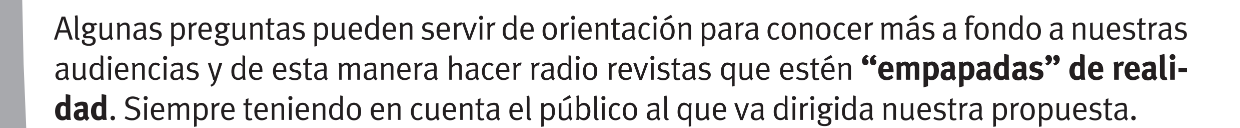
pero también sería un error especificarlos demasiado: *para jóvenes fanáticos de la Fórmula Uno.* **Y resulta que apenas hay 20 en esa condición. No podemos olvidar que la radio es un medio masivo.**



Algunos consejos para conocer a los públicos

Conocer a las audiencias es una de las premisas fundamentales de nuestras radios. Pero... ¿cuánto conocemos realmente a la comunidad y sociedad de la que somos parte?

Nada mejor para esto que cruzar las puertas de la emisora hacia la calle, el pueblo, el barrio, e ir a conocer profundamente la vida diaria de nuestra localidad.



Algunas preguntas pueden servir de orientación para conocer más a fondo a nuestras audiencias y de esta manera hacer radio revistas que estén **“empapadas” de realidad**. Siempre teniendo en cuenta el público al que va dirigida nuestra propuesta.

Vamos a tomar por ejemplo a las y los jóvenes de entre 15 y 25 años de nuestra localidad.



¿Cuáles son los temas que les interesan?

¿Qué cosas les preocupan?



¿Qué mirada tienen hacia la política, la organización popular, la participación?

¿Qué estilos musicales escuchan?

¿Existen grupos juveniles organizados? ¿Cuáles son? ¿Dónde se juntan?

¿ALREDEDOR DE QUÉ OBJETIVO EN COMÚN SE AGRUPAN?

¿Existen grupos musicales formados por ellos y ellas? ¿Cuáles son?

¿Qué mirada tienen otros actores sociales de ellos y ellas? ¿Los valoran, los marginan, los ignoran?

¿Cómo se relacionan entre los distintos grupos juveniles organizados? ¿Existen redes, asociaciones de grupos, espacios de encuentro?

¿Qué podemos aportar como programas de radio a estos grupos y sus espacios organizativos? ¿Y a los y las jóvenes que no se encuentran organizadas/as?

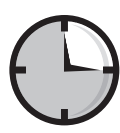
ESTA TAREA ES FUNDAMENTAL PARA IDEAR NUESTRA RADIO REVISTA, Y NO PERDER DE VISTA A LAS AUDIENCIAS CON QUIENES QUEREMOS DIALOGAR. MUCHAS VECES NOS GUIAMOS POR EL SENTIDO COMÚN, O LAS FRASES HECHAS. PERO LA REALIDAD CAMBIA CONSTANTEMENTE, Y POR ENDE LAS PERSONAS Y SUS FORMAS DE AGRUPARSE TAMBIÉN. Y LA RADIO POPULAR TIENE ALLÍ UN ROL MUY IMPORTANTE QUE JUGAR.

HAS PENSADO QUE CON ESTAS PREGUNTAS PUEDES SALIR Y FORMULARLAS A LA COMUNIDAD.

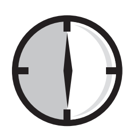
PERMITIRÍA QUE CONOZCAS CARA A CARA A QUIENES "HACEN RADIO" Y NOS AYUDA A ABRIR LA EMISORA A LAS VECINAS Y VECINOS



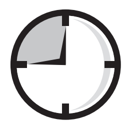
¿Cuánto dura una radio revista?



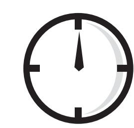
Las de **15 minutos** son un formato ligero, dinámico, más fácil de producir. A veces, resultan muy cortas para la participación popular. En radio, un cuarto de hora equivale a unos 12 o 13 minutos (el resto es tanda de anuncios).



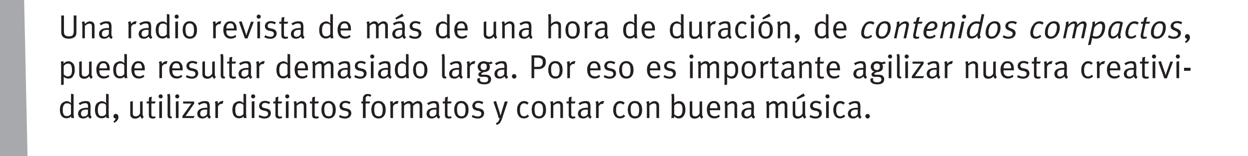
Las de **30 minutos** son las que más usamos. Es un tiempo suficiente para desarrollar un tema con variedad de recursos radiofónicos. Equivale a 25 o 26 minutos.



Las de **45 minutos** no son muy frecuentes. Resultan incómodas para la organización de la programación que debe rellenar ese cuarto de hora restante. Aunque se puede pensar en un informativo, o algún otro formato que la complemente, como por ejemplo un radio teatro o una agenda de actividades.



Las de **una hora** son también bastante comunes en nuestras radios. Como ya es un tiempo largo, requieren una agilidad especial por parte de los productores. Equivalen a unos 54 o 55 minutos.



Una radio revista de más de una hora de duración, de *contenidos compactos*, puede resultar demasiado larga. Por eso es importante agilizar nuestra creatividad, utilizar distintos formatos y contar con buena música.



La frecuencia

EN RADIO FUNCIONA
UN CRITERIO SENCILLO:
MEJOR 3 MINUTOS AL DÍA
QUE 30 A LA SEMANA

Revistas diarias

El programa diario crea el hábito. Los conductores de la revista se convierten en amigos y amigas, en familiares, que día a día llegan a conversar con nosotros, que siempre están ahí.



De todas maneras, mantener el interés de las audiencias de lunes a viernes, y 50 semanas al año, y durante varios años, no es nada fácil. Exige un gran esfuerzo de imaginación, de creatividad. Los conductores y las conductoras que cargan esta responsabilidad deben estar conscientes de ello y dedicar su mejor tiempo y energías a la confección de los programas.

Revista semanal

La revista semanal es muy utilizada, sobre todo, por grupos colaboradores de la emisora que no tienen tiempo para más: grupos de jóvenes, sindicatos, comunidades cristianas, centros de salud, entre otros. Estos espacios pueden situarse los fines de semana, como programación especial. También pueden incorporarse como sección fija al interior de una revista diaria de la emisora.





El horario

Hay que buscar un horario adecuado en función de los destinatarios. Si se trata de una revista femenina, habrá que averiguar en qué momento está la mujer en la casa y con más posibilidades de escuchar radio o –como la radio también se escucha fuera de la casa– podemos producir programas para las mujeres que trabajan fuera, y que les gusta tal o cual música, produciendo algún informe sobre un tema que las convoque.

SI EL PROGRAMA SE DIRIGE A QUIENES TRABAJAN EN EL CAMPO, HABRÁ QUE COLOCAR LA REVISTA EN LAS HORAS EN QUE YA HAN REGRESADO DEL TRABAJO. O, POR EL CONTRARIO, ACOMPAÑAR LA JORNADA DE TRABAJO CON UNA REVISTA AMIGABLE Y LLEVADERA.

Por supuesto, esas horas pico (las de mayor audiencia) son las que todos los productores y las productoras se disputan. Le corresponde al jefe de programación distribuir los horarios según las prioridades generales de la emisora y el buen balanceo de los espacios. Y por supuesto los intereses de la audiencia a la que queremos llegar.

EL CAMBIO DE HORARIO NO FAVORECE A NUESTRAS EMISORAS. UNA VEZ QUE NUESTRA AUDIENCIA SE ACOSTUMBRA A UNA HORA, RESULTA DIFÍCIL MOVER EL PROGRAMA

POR ESO, NO SE PRECIPITEN A ELEGIR HORARIO. PRIMERO AVERIGÜEN,INVESTIGUEN, PREGUNTEN. DE ESTA MANERA SE PUEDE ELEGIR EL MEJOR HORARIO PARA LOS Y LAS OYENTES A QUIÉNES QUEREMOS LLEGAR. DESPUÉS, NO LO CAMBIEN A NO SER QUE SEA MUY NECESARIO

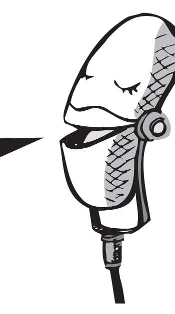




Los conductores y las conductoras

Son las voces amigas que presentan el programa, saludan a la audiencia, van dando entrada a cada una de sus secciones, las comentan y, por último, despiden el espacio.





Los conductores y conductoras se dan a conocer a los oyentes y se llaman entre sí por su propio nombre o apodo. No son personajes, como en un radioteatro, con nombres falsos. Los oyentes se identifican, se hacen amigos de los conductores. Por esto, no conviene andar cambiando de conductores en un programa. **Mientras más estables sean, mejor.**

Conductor... ¿se nace o se hace?

Como en el fútbol, o en el canto, hay quienes llevan el talento desde la cuna. O desde sus antepasados. "En la sangre", como se dice. Pero **a conducir también se aprende**. Practicando, ejercitando, escuchando a otros y a otras. Y sobre todo, conduciendo. Quitándose el miedo al micrófono y preparando lo que vamos a decir.



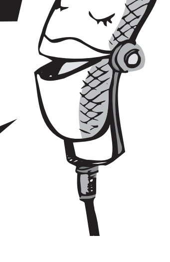
Razón y corazón

El conductor o conductora estará siempre equilibrando pensamiento y emociones, ideas y sentimientos, argumentos y afectos. Sus preguntas que dan para pensar y reflexionar, sus análisis, son complementados con su música del ayer o de hoy, con la evocación de personajes significativos para las audiencias en fechas importantes...

Razón y corazón, dos aspectos que siempre están llamando la atención de las y los oyentes, invitándolos a la mesa de amigos y amigas, convocándolos a participar, a reír y llorar, haciendo que se sientan parte de la propuesta y la enriquezcan con sus voces y opiniones.

El ritmo





Si uno se atrasa, se alenta, el otro deberá esperarlo y eso afectará la atención de la audiencia. Mejor que lo convoque a volver al ritmo inicial. Si por el contrario se acelera demasiado, se cansarán al igual que los oyentes que estarán rogando por una buena canción.

El volumen de la voz

Es muy común que quienes conducen no tengan el mismo volumen de voz. Es importante que si naturalmente existen diferencias, el o la consolista equilibre esto a través de los botones. Pero lo mejor es que puedan practicar con sus voces y lleguen a un nivel óptimo sin necesidad de cuestiones técnicas. De lo contrario generaremos altibajos que distraerán rápidamente a nuestras audiencias. Como todo, se mejora con la práctica y con buenos oídos.

Usemos un lenguaje coloquial, cotidiano, sin palabras difíciles. Claro, sencillo pero profundo a la vez. Nos habla como una conversación en la calle, amena y sin vueltas. Dejemos los términos complicados y los conceptos para los/las columnistas o invitados/as especiales, a quienes podremos ir pidiendo aclaraciones y precisiones a través de nuestra conversación.

Muchas veces pasa que uno de los conductores cobra demasiado protagonismo. Uno es el personaje central y su compañero o compañera se limita a leer los mensajes y a emitir monosílabos. Es importante que las voces sean parejas y encuentren el mayor equilibrio posible, de tal forma que cada uno tenga su lugar. Y que lo que se destaque sea el trabajo en equipo.

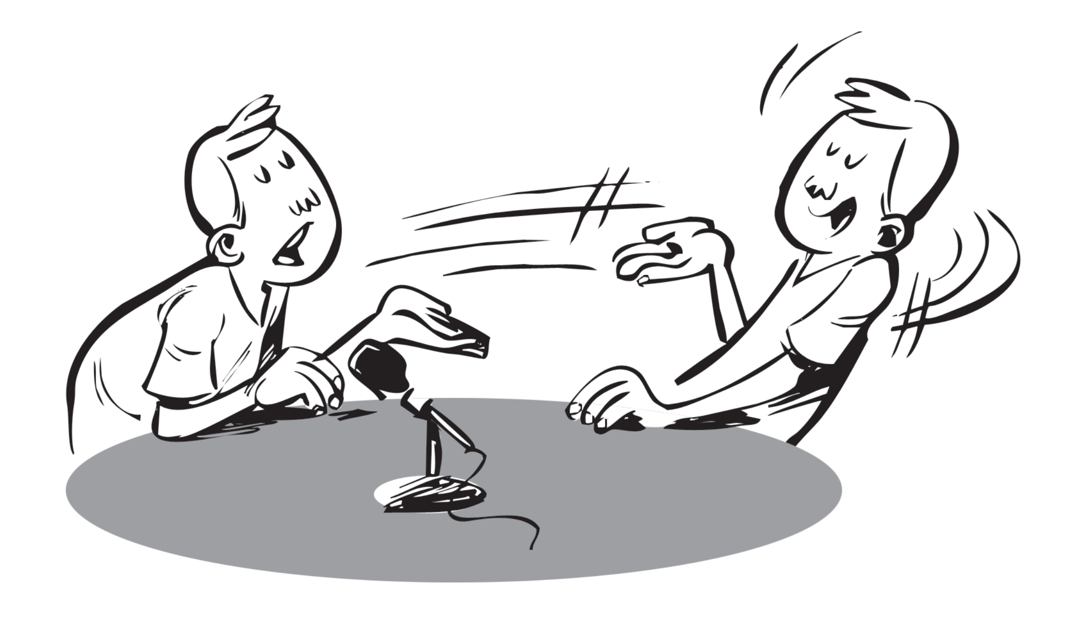


“Somos mucho más que dos...”

Estamos hablando de “los conductores y conductoras”. Y es que resulta mejor que sean **dos** quienes conduzcan el programa.

Un solo conductor o conductora

Como está solo o sola, se le hace más difícil la animación, el contrapunto de opiniones, la variedad en el diálogo. Muy fácilmente se convertirá en **locutor o locutora**. Porque no tiene *con quién dialogar.*

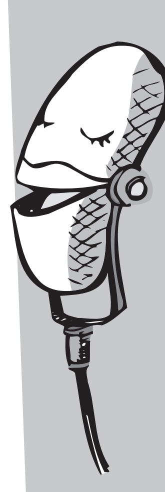




Tres conductores

Esta fórmula tampoco da resultado. Siempre habrá uno que queda marginado, en la esquina del triángulo.

El tercer conductor puede reservarse para una sección especial, para leer cartas o para realizar otros recursos dentro del programa como una columna especial, de investigación o temática.



Una buena conductora y un buen conductor pueden ganarse la simpatía de mucha gente.

Primero, hace falta un tiempo de conocerse, de saber cómo reacciona el otro, cuándo habla, cuándo calla. Al poco tiempo de conducir juntos un programa, entre algunos conductores pueden darse actitudes autoritarias de uno hacia el otro. Pero también puede profundizarse y fortalecerse la confianza entre la pareja de conductores y esto favorecerá la creatividad de los contenidos de la radio revista, y la chispa necesaria para que los y las oyentes se sientan acompañados en su vida diaria. Que se sientan parte de ese espacio radial que los convoca día a día.

Algunos modelos de conductores y conductoras

1. Maestros

Estos conductores creen saberlo todo. Los oyentes, para ellos, son alumnos. Mejor dicho, son niños y niñas de escuela. Niños y niñas que deben ser educados, que deben aprender de sus maestros radiofónicos.
Los maestros se pasan el tiempo calificando y ponderando sus propias opiniones. Piensan que así aumenta el interés de los oyentes.
Utilizan también un estilo indirecto para hablar.





TODOS ESTOS RODEOS DE FRASE Y PREGUNTAS INUTILES HACEN PERDER TIEMPO DEL PROGRAMA Y REFUERZAN EL SENTIMIENTO DE QUE LAS Y LOS OYENTES NECESITAN TODA LA INFORMACIÓN MASTICADA COMO PAPILLA PARA BEBÉS.

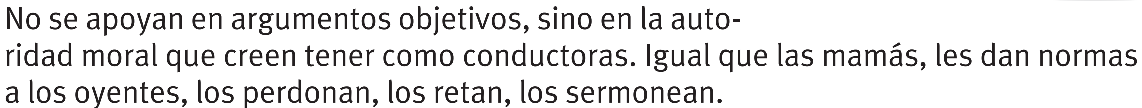
A veces, uno de los conductores, se siente tan maestro que acaba convirtiendo al otro compañero de programa en un alumno más. Y se desequilibra la pareja radiofónica. Es frecuente esa costumbre en el que un conductor o conductora pregunta y el otro –el que sabe– responde.

2. Mamás



Estas conductoras **se sitúan como mamás frente a los oyentes**. Les hablan con mucho sentimiento, con dulzura, con tanta dulzura que se diría que los están amamantando. Para ellas, los oyentes son sus hijos. Pero hijos muy aniñados. Porque les ahorran todo esfuerzo. No dejan espacio para que el oyente descubra las cosas por sí mismo.

Se comportan como madres protectoras. Les dicen a los oyentes lo que es bueno y lo que es malo, lo que deben hacer. Utilizan unas palabras muy suaves pero muy impositivas.

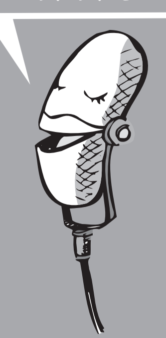


No se apoyan en argumentos objetivos, sino en la autoridad moral que creen tener como conductoras. Igual que las mamás, les dan normas a los oyentes, los perdonan, los retan, los sermonean.

Es también típica de estas conductoras la excesiva personalización en el saludo del programa, en la despedida, en la manera de hacerle sentir al oyente que siempre están velando por él o ella.

Una cosa es el estilo frío, distante, impersonal, que adoptan algunos locutores y locuto-

LO QUE LES SUCEDE A LAS CONDUCTORAS MAMÁS SUELE SUCEDER A SUS PARES VARONES, LOS *"CONDUCTORES PAPÁS"...*



Las intervenciones de los conductores deben ser de duración semejante. Y deben irse apoyando una en otra, complementándose las ideas.

ras. Y otra cosa es ser empalagosos. Los conductores no deben ser voces anónimas que ni sienten ni padecen. Pueden contar ejemplos que les hayan pasado a ellos mismos. Pueden haber tenido un problema y decirlo por el micrófono. Mientras más humanos y naturales sean, más se identifican con los oyentes. Pero esto se puede hacer sin paternalismos y exageraciones.

3. Machistas

Abunda el machismo radiofónico. Se nota claramente entre los conductores cuando uno acapara el micrófono y no deja hablar a su compañera mujer. También aparece cuando los conductores varones hacen comentarios despectivos y estereotipados de lo que la mujer puede o no, hacer o saber. Muchas veces el machismo en los conductores se observa también en el humor que utilizan y en la manera de abordar las noticias sobre violencia contra la mujer.

Se da el caso en que el machista deja hablar a la conductora, pero sin prestarle atención o desacreditando lo que dice. Muchas veces el conductor machista cree que es él quien tiene la opinión de peso y por eso cree que es el jefe del programa. Es entonces cuando en vez de un diálogo radiofónico, tenemos dos conversaciones paralelas.

De todas maneras hoy, son muchas las conductoras mujeres en nuestras emisoras y los conductores que son respetuosos de la equidad de género, y estas situaciones están cambiando. También las emisoras tratan de plantearse y generar más y mejores espacios en donde poder igualar las oportunidades tanto para varones como para mujeres.

ESTE ES UN DESAFÍO MUY IMPORTANTE PARA NUESTRAS EMISORAS POPULARES, DADO QUE NO SÓLO ES IMPORTANTE AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES, SINO TAMBIÉN ACOMPAÑAR ESTO JUNTO A UNA DISCUSIÓN MÁS PROFUNDA QUE TENGA EN CUENTA EL CONTENIDO DE LAS PRODUCCIONES NO SEXISTAS Y DONDE NO EXISTA NI SE PROMUEVA LA VIOLENCIA O DISCRMINACIÓN DE GÉNERO.



4. Narcisos



En realidad, estos conductores no le hablan a nadie. Los oyentes son para ellos solamente un *público*. Y en ese público sólo buscan admiradores (generalmente admiradoras).

Frecuentemente, se ponen a hablar de los oyentes en *tercera persona*. Hablan *de* los oyentes, pero no a ellos. Están *ante* un público representando un espectáculo.

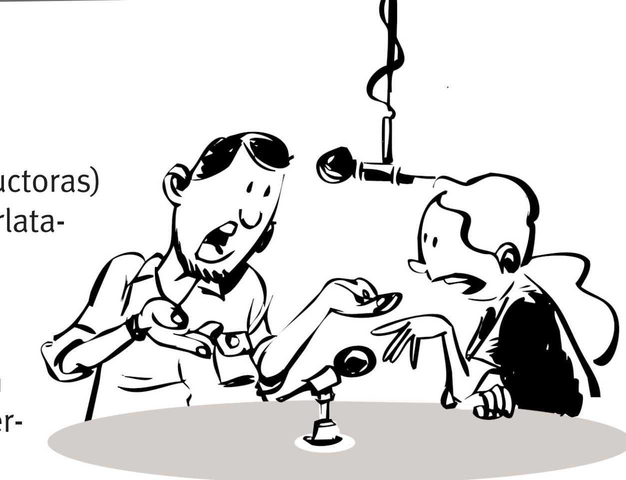


A la hora de hacer radio es importante recordar a esas personas que forman parte de nuestra audiencia y con quienes tenemos relación y para las que hacemos el programa. Esos rostros, esas conversaciones nos acercan y hacen que nuestro diálogo radial sea más ameno y cercano.

Los narcisos suelen utilizar un lenguaje culto, hasta rebuscado. Les preocupa más su propia imagen que la comunicación que puedan lograr.
Se cuidan más del tono, de la dicción, del *cómo lo dicen* que de *lo que dicen*.
La cáscara es lo que está primero.

A los narcisos les encanta tener al lado una compañera o compañero medio payaso, medio aniñado. Así, la sombra del otro les hace resaltar más a ellos. Y se establece la conocida fórmula del *vivo* y el *bobo*.

5. Charlatanes



- En la radio hay conductores (y conductoras) que no paran de hablar. Son los charlatanes y las charlatanas del micrófono. Hablan hasta interrumpiendo esas canciones que con tanto gusto presentaron. Discursean, se enredan en párrafos muy largos que no saben terminar y, al final, no han dicho nada.

- Si se juntan dos charlatanes, el programa no acabará nunca. Se quitan la palabra uno al otro a ver quién habla más. Se montan en los finales de las frases sin esperar a que el otro haya terminado lo que iba a decir. Hablan atropelladamente y se viven yendo por las ramas.

EL RITMO DE LOCUCIÓN DE LOS CONDUCTORES Y CONDUCTORAS DEBE SER ALEGRE PERO SOSEGADO. DEBE SER TAMBIÉN SIMILAR ENTRE AMBOS.



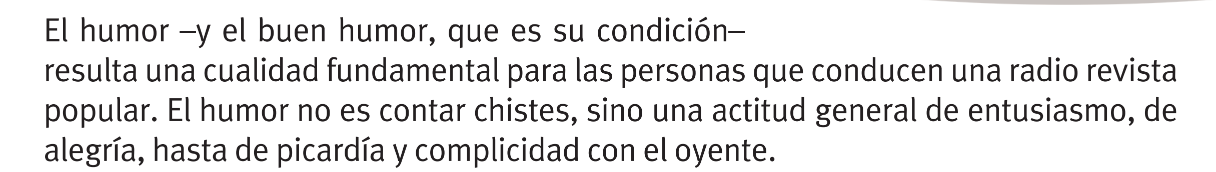
Si un conductor corre mucho y el otro va lento, se desbalancea la animación del programa. Cuando la pareja radiofónica está bien sincronizada, un conductor sabe cuándo va a acabar el otro y cuándo debe entrar él para no pisarle la frase ni tampoco dejar baches. También pueden ayudarse haciendo una seña convenida que dé paso a las entradas. Lo que sería un trabajo en equipo.

- Los charlatanes suelen ser indisciplinados e improvisadores. Confiados en su capacidad de palabra, no preparan la radio revista. Unos minutos antes de grabar, copian y pegan un par de temas de la compu al programa de puesta en el aire y entran a cabina. Ya está sonando la característica del programa, y ellos andan poniéndose de acuerdo sobre el tema a tratar.

- No inventan nuevos recursos para dinamizar el espacio. Y así, los programas van perdiendo atractivo y audiencia. Por su misma locuacidad, los charlatanes y charlatanas acaban sin nada que decir.

6. Troncos





Hay personas aburridas, sin sal, sin gracia para hablar. No son las mejores candidatas para conducir una revista. Como son aburridosas, no se imaginan que también los oyentes pueden estar aburriéndose.

La audiencia tolera cualquier cosa menos la zonzera. El aburrimiento es lo más inadmisible, porque la gente cambia de emisora.

El humor –y el buen humor, que es su condición– resulta una cualidad fundamental para las personas que conducen una radio revista popular. El humor no es contar chistes, sino una actitud general de entusiasmo, de alegría, hasta de picardía y complicidad con el oyente.

Aunque los conductores no tengan mucha chispa, sí pueden hacer el esfuerzo para animar el programa. Que entren en cabina con muchas ganas de hablar. Que prepa-

ren algunos juegos de palabras. Que sonrían ante el micrófono. Que le hagan cosquillas al compañero, si hace falta.

Hay quienes no son tan “troncos” en su vida, pero les cuesta animar un programa de radio, o no le ponen cariño al trabajo. El oyente percibe cuándo los conductores *quieren* hablar con él. O si lo están haciendo para salir del paso y cumplir un horario (y ganar un salario en el mejor de los casos).

Igualmente, en la vida, sabemos quién viene a casa a visitarnos por pura cortesía, o porque es amigo de veras y tiene ganas de conversar.



7. Compañeros y compañeras

Estos conductores se sienten de *igual a igual* con la audiencia. Tienen ganas de hablar con las personas que están del otro lado. Pero no para imponerles ideas, ni para lucirse ante el micrófono, ni para “educarlos”. Simplemente, porque son amigos de su audiencia. Y los amigos conversan. Y bromean. Y se ayudan mutuamente. Y aprenden unos de otros.

Como compañeros y compañeras, establecen una comunicación *democrática* con las audiencias y entre sí.

Emplean un tono coloquial, suelto, sin ninguna afectación. No se ven como locutores, aunque hagan "locución". En una revista popular se puede y se debe hablar más desenfadadamente que en otros formatos radiofónicos, por ejemplo, en un noticiero o en espacios musicales.

Pero en una radio revista los conductores sí pueden usar el tono de su región, los modismos, los refranes... y cuidar mucho menos la **"correcta pronunciación"**.

Los buenos compañeros se apoyan mutuamente. Cuando uno está nervioso, el otro lo serenará. Cuando uno está triste, el otro lo animará. Cuando uno pierde el hilo de lo que está hablando, el otro lo ayudará a volver.



EN UNA PAREJA RADIOFÓNICA EXITOSA, QUIENES CONDUCEN DEBEN SER COMPAÑEROS/AS ENTRE ELLOS/AS. ESO DEMOSTRARÁ QUE PUEDEN SER BUENOS COMPAÑEROS Y COMPAÑERAS DE LA AUDIENCIA.

La estructura de la Radio Revista

A muchos y a muchas les sorprenderá que hablemos de la estructura de la radio revista. Porque, tradicionalmente, las radio revistas no la tienen. En algunos manuales se define este género como una miscelánea en la que todo cabe: muchas secciones de contenido ligero y bien revueltas. Dicen que así el programa es más ameno y el oyente se distrae.

Pero este modelo de radio revista no nos sirve. Cuando se habla de todo, no se habla de nada. Cuando se revuelve todo, corremos el riesgo de terminar en una ensalada con sabor a poco.

Muchos radialistas populares, por afán de variedad, podemos caer en el error de lanzar así nuestros programas, en forma de ensalada. La media hora de que disponemos la dividimos en secciones, en cada sección tratamos un asunto distinto.

Todos esos recursos son válidos. **Pero no caben todos en media hora. Ni menos en ese desorden**.

HAY QUE ESTRUCTURAR LA RADIO REVISTA

DESDE LUEGO, TENEMOS QUE CONSEGUIR UN PROGRAMA ÁGIL Y VARIADO. PERO ESTO LO VAMOS A CONSEGUIR MEJOR SI NOS ORGANIZAMOS:



- Con un diálogo ameno de los conductores y conductoras
- Con el uso inteligente de tantos y tan variados recursos de que disponemos para dinamizar el **tema central** de la radio revista
- Con la participación de nuestra audiencia

Revista de media hora

Comencemos por la estructura de las revistas de 30 minutos, las más frecuentes en nuestras emisoras. Cada revista, cada programa, debe tener un *tema central*. Cada día, un tema, uno solo. Pero a ese tema hay que *darle cuerpo*. Al desarrollo con lenguaje radiofónico de ese tema central le llamaremos **el cuerpo de la revista**.

Simplificando un poco, podemos decir que el cuerpo de la revista tiene dos momentos básicos.

1.**Cononer el tema** y 2. **Analizar el tema**

Los buenos temas surgen de la realidad, de los hechos. Para conocer mejor la realidad, nos sirven los **recursos dramáticos** que *imitan* la vida. Hablamos de representar situaciones de la vida diaria, con pequeños guiones que ilustren situaciones concretas. Así los oyentes se interesarán mucho más.

Para esto, es necesario que quienes piensan y llevan adelante la revista estén bien atentos a lo que pasa más allá de la cabina y de la pantalla de Internet... salir a la calle, hablar con la gente, participar en las reuniones de organizaciones y grupos sociales, en los eventos comunitarios, informarse a través de diarios, revistas y libros... estar en onda, en pocas palabras. En sintonía de lo que está pasando más acá y más allá de la radioemisora.

Para comprender mejor la realidad representada con recursos dramáticos, también nos sirven los **recursos de opinión** que interpretan lo que pasa en la realidad. Sirven para profundizar los puntos de vista diferentes sobre un mismo tema, y llegar a consensos. O quizás para expresar democráticamente las diferentes miradas sobre la vida.

UN POSIBLE GUIÓN PARA NUESTRA RADIO REVISTA

1. Música Característica
2. Saludo
3. Presentación del tema (3') - (cortina o estrofa)
4. Dramatización (5') (cortina o estrofa)
5. Comentario a la dramatización (4')
6. Canción (3')
7. Segunda sección (5') (cortina o estrofa)
8. Entrevista (5') (cortina o estrofa)
9. Despedida (1') (música característica)

Duración: 26'



La **primera sección**, es más larga y de mayor importancia. Por esto, se pone adelante. La canción, como refuerzo, se refiere a esta primera sección.

La **segunda sección**, más breve, podría ser una sección fija: una charla, un noticiero regional, un espacio de entrevistas populares.

Revista de una hora

Llenar 60 minutos con un solo tema central sería, para muchos y muchas oyentes, fatigoso. De ahí que las revistas de una hora se suelen armar con *secciones*, unas fijas, otras variables.

Dos o tres secciones son suficientes. Si fragmentamos en 4, 5 o 6 secciones, volveríamos a la fórmula de la ensalada.

¿Cómo distribuir las secciones?

Una posibilidad es abrir con la sección de más peso (que no quiere decir la más pesada). Luego una sección más breve y simpática que haga de colchón para pasar a la tercera.

Otra posibilidad es abrir con la más breve y ágil para captar rápidamente el interés de los oyentes. Y pasar luego a la segunda y tercera.

En todo caso, el sentido común aconseja que la segunda media hora del programa sea más descansada que la primera. La música puede jugar un buen papel en esto.

Para la distribución de secciones también hay que tomar en cuenta cuándo hay más sintonía, si en la primera o en la segunda media hora del programa. Y situar entonces la sección más importante.

La pauta para la revista de una hora podría ser así:

Guión del programa

1. Saludo. Anuncio secciones.
2. Presentación primer tema (4') / cortina o estrofa /
3. PRIMERA SECCIÓN (13')
4. Canción (3')
5. SEGUNDA SECCIÓN (10')
6. Canción (3')
7. TERCERA SECCIÓN (10')
8. Canción (3')
9. VARIEDADES (8')
   / cortina /
10. Despedida (1')
    (música característica)

Duración: 55´

SI EN LA *PRIMERA SECCIÓN* UTILIZAMOS UNA DRAMATIZACIÓN CON COMENTARIO, EN LA SEGUNDA Y TERCERA PROCURAREMOS VARIAR LOS RECURSOS

Por ejemplo, la *segunda* podría ser un noticiero breve o un espacio de entrevistas. La *tercera* sección podría ser un radioteatro corto, tal vez "enlatado", o un cuento que no requiera mucha explicación posterior.

REVISTA DE CUARTO DE HORA

Si para media hora sugerimos un sólo tema, con mayor razón lo decimos para las revistas de 15 minutos. La pauta es la misma, comprimiendo los tiempos.

1. Música Característica
2. Saludo
3. Presentación del tema (2') - cortina o estrofa
4. Dramatización (4') - cortina o estrofa
5. Comentario a la dramatización (3') (cortina o estrofa)
6. Agenda de actividades (3')
7. Despedida (1') (música característica)

Duración: 13'

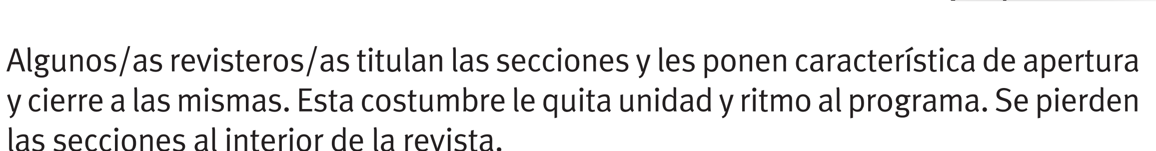
Para 15 minutos no habría que pasar una canción entera. Mejor trabajar con estrofas musicales. Las revistas de cuarto de hora son un formato muy ágil. Bien aprovechadas dan juego para infinidad de temas y recursos.



Las tres canciones que aparecen en la pauta van a reforzar las tres secciones que le preceden. Pero la segunda y tercera canción podría ser de simple descanso, sin referirse a los temas de la segunda y tercera sección.

LOS CONDUCTORES Y CONDUCTORAS IRÁN HILVANANDO TODO EL PROGRAMA Y DÁNDOLE ENTRADA A CADA NUEVA SECCIÓN.

Las variedades pueden acumularse al final. Pero como una hora es tiempo largo, también podrían diseminarse a lo largo del programa, en espacios cortos de 2 a 3 minutos, después de cada de las secciones.



Algunos/as revisteros/as titulan las secciones y les ponen característica de apertura y cierre a las mismas. Esta costumbre le quita unidad y ritmo al programa. Se pierden las secciones al interior de la revista.

Es preferible que los mismos conductores den entrada a la sección, eventualmente, sobre una música fija que la identifique. Y tal vez para alguna sección muy llamativa reservar la “titulación”.

En cualquier caso, eliminar las características de cierre de la secciones.

SE PUEDE USAR EL RECURSO DE CERRAR LA REVISTA SUSTITUYENDO LA ARTÍSTICA FINAL POR UNA DESPEDIDA INFORMAL DE LOS CONDUCTORES HECHA SOBRE EL MISMO INSTRUMENTAL CON QUE SE MUSICALIZA EL TÍTULO DEL PROGRAMA.



Revista musical

Para muchos/as resulta difícil "sentarse" a escuchar una revista de una hora, o incluso de media hora. Especialmente los pobladores y pobladoras de los barrios, que oyen la radio mientras están haciendo los mil oficios de la casa o sus ventas en los mercados o en las organizaciones a las que pertenecen. También los campesinos y campesinas, que llevan el aparato de radio a la parcela donde trabajan, lo cuelgan en un árbol y lo tienen de música de fondo.

En los tiempos que corren, con las nuevas tecnologías y los aparatos como celulares o mp3, en los que escuchamos radio entre muchísimas otras actividades, es un desafío mantener la atención de una producción que dura más de media hora.

Todo el mundo tiene muchas cosas que hacer. La radio, entonces, se pone de fondo. Muchas veces se oye, pero no se escucha. Es un desafío cotidiano pensar cómo hacer atractiva nuestra propuesta radiofónica.

TOMANDO EN CUENTA ESTO, CADA VEZ SE EXPERIMENTA MÁS LA LLAMADA ***REVISTA MUSICAL***.

¿En qué consiste?

En distribuir los contenidos que antes se condensaban en un espacio de media hora o una hora, en un espacio más amplio, de dos, de tres, hasta de cuatro horas. La música ocupa, entonces, un 70 u 80% del tiempo total del programa. Y cada 20 o 30 minutos se introduce una pequeña sección educativa.



Los conductores y conductoras de la revista musical educativa deben jugar un doble papel. Por un lado, son locutores y locutoras de animación que presentan discos y dan la hora, y por otro lado, especialmente en las secciones educativas, deben mantener un estilo más coloquial.

En estas revistas, las secciones educativas, como están diseminadas en un gran espacio de música, sí pueden tener sus características de presentación. Las de cierre no hacen falta.

Los conductores y las conductoras harán una buena selección musical, mezclando ritmos e intérpretes como en una programación regular variada. En las secciones educativas pueden trabajar con cuñas y microprogramas educativos con buen ritmo, y hacer comentarios sobre los mismos.

LAS VARIEDADES DEBEN REPARTIRSE A LO LARGO DE TODO EL ESPACIO. INCLUSO, COMO ESTA CLASE DE REVISTAS SE TRANSMITE EN VIVO, PUEDEN SER LOS MISMOS OYENTES QUIENES DIGAN EN DIRECTO SUS AVISOS O COMUNICADOS (SEA POR TELÉFONO O ENTRANDO EN CABINA).



Hay mil maneras de armar una revista musical educativa. Ponemos sólo un ejemplo. Supongamos una revista dedicada a las mujeres, de 8 a 11 de la mañana.

Un posible **guión**

8:00	CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA Saludo. Anuncio secciones. MUSICA (2 o 3 canciones)
8:30	Entrevistas con grupos de mujeres sobre un tema de actualidad
8:40	MUSICA
9:00	Consultorio de salud.
9:10	MUSICA
9:30	Sociodrama de comunidades y breve comentario
9:40	MUSICA
10:00	Recetas para ser cocinadas por ellos
10:15	MUSICA
10:30	Tema: Mujeres políticas
10:40	MUSICA
10:55	Despedida. Cierre.



Música y efectos

Estos recursos del lenguaje radiofónico son elementos indispensables en nuestras radio revistas. Sazonan, condimentan con buen gusto las propuestas de contenido y les dan nuestra propia identidad.

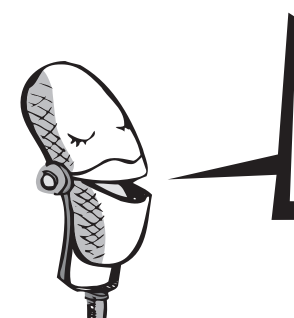
Música



El empleo de la música en una radio revista se resume, básicamente, en estos tres recursos.

• Las cortinas

Las cortinas musicales son fragmentos de música que se utilizan para separar las secciones de la revista. O incluso, dentro de una misma sección, para separar las dos o tres ideas principales cuando el diálogo o la entrevista resultan un poco largo. También las escenas de un sociodrama o de otro formato dramático se separan con cortinas.



La música expresa emociones, y refuerza el sentimiento que queremos comunicar en cada momento de la revista (de alegría, de tristeza, de rabia, de miedo, de paz...).

En general, LAS CORTINAS SUELEN SER INSTRUMENTALES. Pero también podemos escoger la estrofa de una canción para separar una sección de otra. Tanto si es instrumental como si es una estrofa cantada, la selección estará en función del tema que se trata.

• Los fondos

Es la música que se pone en segundo plano, de fondo a las palabras. Sirve para realzar algunos momentos importantes del programa, para acentuar los sentimientos. Los malos radioteatros –los melodramas– se cargan con fondos musicales empalagosos. En el diálogo radiofónico no hay que abusar de este recurso.

LOS FONDOS SIEMPRE DEBEN SER INSTRUMENTALES. SI SON CANTADOS, LA VOZ DEL INTÉRPRETE INTERRUMPIRÁ LA DE LOS CONDUCTORES Y DISTRAERÁ A LA AUDIENCIA.



Los fondos pueden utilizarse:

- Para acompañar la lectura de un poema
- Para ambientar la lectura de una frase célebre
- Para destacar una noticia o un texto que se va a comentar
- Para darle más emoción a algunas escenas de un sociodrama (o de otros recursos dramáticos empleados en la revista).

Algunos conductores y conductoras se ponen fondo musical siempre que hablan. Piensan que así hacen más dinámico el programa. Este fondo permanente, muchas veces, distrae y aburre. Y lo que es peor, cuando luego quieren destacar una frase o un poema, tienen entonces que dejarlos en seco, para contrastar.

Tal vez, podrían guardar ese fondo para los avisos finales y la despedida del programa. Así le sugieren al oyente que la revista va llegando a su fin.





• Las canciones

NUESTRAS CANCIONES LATINOAMERICANAS SON UN GRAN RECURSO PARA AMBIENTAR LAS RADIO REVISTAS. PERO HAY QUE SABER UTILIZARLAS.



Algo que sucede muy frecuentemente entre las revisteras y los revisteros latinoamericanos, es que cuando abren el espacio, saludan, y no dejan pasar ni tres minutos de programa, cuando ya están encajando una canción entera a los oyentes.

- Si es para que descansen, no se comprende cómo las y los conductores en tan poco tiempo han logrado cansar a las audiencias.

  Cuando la programación de la emisora está bien balanceada, las y los oyentes habrán descansado ya con los programas musicales o de entretenimiento que preceden a la revista educativa.

- Para que las y los oyentes se preparen a escuchar el programa, resultaría más adecuado indicarle al conductor o conductora de turno que lo anuncie unos minutos antes, que intercale luego una canción agradable y, a continuación, comience la radio revista.

  Esta manía de abrir con una canción entera rompe el ritmo de la revista, desarma su estructura y su armonía. Y el programa no empieza nunca.

Para esto es importante contar con un buen archivo musical, aprovechando las ventajas de las nuevas tecnologías. En nuestra computadora (u ordenados en discos compactos o reproductores musicales portátiles) conviene tener carpetas con música para distintos momentos del programa, distintos ritmos, distintos temas a tratar. Una tarea de producción que, una vez hecha, es muy gratificante y nos ahorra tiempos de búsqueda.



- Con revistas de una hora sí puedes poner una o dos canciones de simple descanso.
- Si el tema es sobre la revalorización de la cultura afroamericana el tema puede ser de la peruana Susana Baca...
- Si el tema son las dictaduras en América Latina, puede ser un tema de León Gieco o de Víctor Jara...

Efectos de sonido

Los efectos sonoros se utilizan frecuentemente en las secciones dramatizadas. También si utilizamos cuentos, leyendas, o cartas, pueden ambientarse con efectos de sonido.

En el diálogo de una revista educativa, aunque sin abusar de la originalidad, podemos también emplear efectos. Un ejemplo puede ilustrar mejor esto. Los conductores quieren introducir el tema de la higiene. Y resulta que las moscas son portadoras de muchas enfermedades.

Pancho: -Pues sí, amigos, nuevamente con ustedes para conversar de las mil y una cosas que...
// EFECTO / ZUMBIDO DE MOSCA COMO SI ESTUVIERA EN CABINA.

Marga: –Y en el programa de hoy tenemos...
// EFECTO / SUBE EFECTO DE MOSCA.

Marga: –Digo que tenemos entrevistas, canciones...

Pancho: –Lo que tenemos es una mosca fregándonos la vida aquí en la emisora.

Marga: –¿Y por dónde puede haberse escondido, eh?

Pancho: –Del basurero ése, Marga, el de la esquina. Un basurero como tantos que llenan nuestras calles. Ustedes, amigos, ¿no tienen basurales cerca?...Bueno, yo creo que este es un problema que nos está afectando a todos y todas.

Marga: –¡ Ya la agarré! / CESA MOSCA / ¡Bandida!



Los conductores "atrapan" la mosca y le comienzan a hacer una "entrevista". Y la mosca –una compañera falseando la voz– explica todas las complicaciones que provoca en la salud.

Y luego podemos ampliar el tema intentando entrevistar a las autoridades responsables. Y también a vecinos y vecinas de la zona que sufren esto, y a organizaciones y grupos comunitarios que estén involucrados en su abordaje.

Produciendo la revista

Hay mil maneras de hacer atractivo un diálogo radiofónico. Solo es cuestión de imaginación, de creatividad y de trabajo, aprendiendo a aprovechar los recursos musicales y sonoros.

Contacto con la gente y sus realidades





Como son voces amigas de las audiencias, los conductores deben ir a las comunidades, a los barrios, combinar su trabajo de radio con el de promoción directa.

En una emisora popular no se aceptan *conductores* y *conductoras* de escritorio.

Primero, que la gente quiere conocer a las personas que día a día le hablan a través de la radio.
Si los conductores se quedan en el escritorio, acabarán hablando pavadas. Es por eso que salir a encontrarse con los vecinos, las vecinas, las audiencias, es muy recomendable.

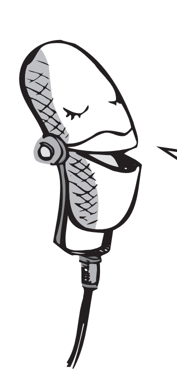
El contacto con los y las oyentes es más prioritario que cualquier otra cosa. Además, de la misma audiencia obtendrán los mejores materiales para producir el programa.



Productores – locutores

Quienes conducen deben producir la radio revista. Si otros integrantes de la emisora hacen los libretos y ellos se limitan a leerlos, a la larga se desconectarán del tema y de las audiencias, se volverán *locutores fríos.*

Las personas que conducen tienen que ir rodeándose de muchos otros colaboradores para dinamizar la radio revista. Y pueden delegar en ellos la confección de algunas secciones del programa. Pero siempre los conductores tendrán la visión del conjunto de la revista, la supervisión y coordinación de todas sus partes.



ALGUNOS CONDUCTORES, POR INSEGURIDAD, Y AUN TENIENDO EL GUIÓN, SE PONEN A ENSAYAR. RECOMENDAMOS NO ENSAYAR LAS PALABRAS. TENGAMOS CLARAS LAS IDEAS QUE VAMOS A DECIR. SI LAS IDEAS ESTÁN CLARAS, LAS PALABRAS FLUIRÁN SIN DIFICULTAD. TENGAMOS A MANO APUNTES, ANOTACIONES DE IDEAS, PREGUNTAS, FRASES, QUE SEAN EL PUNTAPIÉ PARA NUESTROS COMENTARIOS.

¿Libreto o guión?

En nuestras emisoras hay revisteros que se pasan horas y horas escribiendo hasta la última coma de los que van a decir ante el micrófono. Y los resultados no corresponden a tantas horas de trabajo. Al contrario, la lectura de estos libretos suele ser rígida, pesada, sin espontaneidad.



Tampoco, por supuesto, hay que entrar en cabina con la mente en blanco a decir cualquier disparate. Entre ambas soluciones, hay un camino intermedio mejor.

Libreto

Se escribe todo, títulos y su desarrollo

Guión

Se escriben solo las ideas, los titulares y algunos apuntes

Improvisación

No se escribe nada

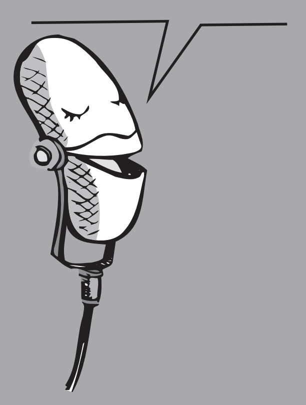
Preparación del programa

En esta etapa previa a la grabación, los conductores conductoras escucharán las entrevistas, los sociodramas, los editarán, buscarán la música apropiada, verán las cartas pendientes... en fin, armarán todo el programa.

Sabemos que los tiempos no abundan y muchas veces estamos con el horario justo. Pero no olvidemos que una correcta preparación del programa nos ahorra nerviosismo durante la salida al aire. Y nos agrega la frescura y espontaneidad necesaria para no estar pensando en “¿y ahora qué decimos?”...

Este trabajo de preparación debe estar bien coordinado con el operador de aire. Y siempre, antes de entrar a cabina, debemos entregarle con tiempo una copia del guión con las indicaciones técnicas. Si no conoce cómo se va a desarrollar el programa, se perderá un tiempo inmenso de trabajo. Y por más señas, muecas y señales que hagamos desde la cabina, no entenderá nada.

Una buena comunicación entre dentro y fuera de la "pecera" es fundamental. Con el tiempo, tanto conductores como consolista se entenderán a la primera mirada, al primer guiño de ojo... pero eso lleva un poco de tiempo y no nos libera de tener siempre el guión del programa armado.



Abriendo caminos

FECHA: 24 de abril 2009
PRODUCCIÓN: Margarita/Pepe
Duración: 26 min.

CARACTERISTICA DEL PROGRAMA

SALUDO: caso de un niño de 6 años que encontraron trabajando en un ingenio azucarero.
PRESENTACIÓN TEMA: situación del trabajo infantil en el país.
CONTROL: primera estrofa de canción alusiva al tema
SOCIODRAMA: pista 5 del CD de Unicef
CONTROL: sigue canción
COMENTARIO: Situación de los niños y niñas que trabajan
Artículos de la Constitución y Convención Internacional que hablan del tema
Comentario de nota periodística en diario nacional
CONTROL: cortina musical (instrumental)
ENTREVISTA: telefónica, con responsable local de educación.
ENTREVISTA: en el piso con directivo/a escolar.
(si es posible y están de acuerdo, en paralelo ambos testimonios)
CONTROL: tema musical
Pisa con cortina (queda de fondo)
Aviso de continuación en el siguiente programa
DESPEDIDA.
CONTROL: música característica para el cierre. (2')

10 puntos para que la **radio revista** salga **10** puntos

1 Precisar el **tema central** del programa (*¿qué?*)

2 Precisar el **objetivo** de este tema (*¿para qué?*)

3 Determinar el **recurso** dramático o de opinión más adecuado para comunicar ese tema y lograr ese objetivo (*¿cómo?*)

AQUÍ TENEMOS QUE DESPLEGAR TODA NUESTRA CREATIVIDAD E IMAGINACIÓN

4 Documentarse y preparar el **comentario** que sigue al recurso.

5 Busca una o dos **canciones** apropiadas para reforzar, si fuera necesario, el cuerpo de la revista.

6 Preparar la **introducción** del programa. Esta presentación está también en función del cuerpo de la revista.

7 Preparar las **otras secciones** si las hubiere, calculando y distribuyendo bien la duración respectiva de cada una.

8 Ordenar las **cartas, avisos y otros materiales** que deben aparecer en el programa.

9 Escribir el **guión técnico** y combinarse con el o la consolista para otros detalles de última hora.

10 Y... (¡Salir al aire, compañeros y compañeras!)



COMO NO HAY LIBRETO, SINO GUIÓN, CORRESPONDE A LOS CONDUCTORES HACERLE LAS SEÑAS CONVENIDAS AL OPERADOR U OPERADORA PARA QUE DÉ ENTRADA A LAS CORTINAS U OTROS RECURSOS GRABADOS. EL/ELLA NO PUEDE ADIVINAR CUÁNDO VAN A ACABAR DE HABLAR LOS CONDUCTORES.

¿En vivo o grabado?

Una buena radio revista incluye muchos elementos, recursos, música, cortes de entrevistas... Por eso, para algunos conductores resulta más cómodo grabarla antes y no hacerla en vivo. Se corren menos riesgos. Y hay posibilidad de lograr un mejor montaje, de repetir lo que no haya salido bien, de evitar baches.



PERO TAMBIÉN ES CIERTO QUE, AL GRABAR POR ADELANTADO, SE CORREN OTROS RIESGOS:

- perder actualidad en los comentarios
- perder espontaneidad en la locución
- caer en un excesivo perfeccionamiento durante la grabación

Ambas formas –salir en vivo o grabar el programa– tienen sus ventajas y desventajas.

Si la revista sale al aire en directo, con mucha más razón hay que tener listos y ordenados los cortes, las músicas, todos los materiales del programa.

Las indicaciones técnicas estarán perfectamente señaladas en el guión del consolista. Así se evitarán las frecuentes trifulcas entre locutores y operadores.

Un verdadero diálogo

Una clave fundamental para una conducción radiofónica es que sea verdaderamente un DIÁLOGO. Y no dos conversaciones paralelas. ¿Qué significa esto? Que no se trata de que uno de los conductores comience y termine una idea completa. Y entonces arranque el segundo con otra idea.
La gracia está en construir, entre los dos, una idea, cada nueva idea. Una idea que se va a ir tejiendo a dos voces, que va avanzando con el mismo ritmo de nuestros dos pies cuando caminamos, apoyándonos uno en otro.

Cuando los conductores están muy compenetrados, hasta una misma frase se completa a dos voces.

Ejemplo

Pancho: Lo que sucede, amigos, es que los gobiernos de América Latina están tratando de fortalecer sus lazos, con la idea de una región común, con problemas similares.

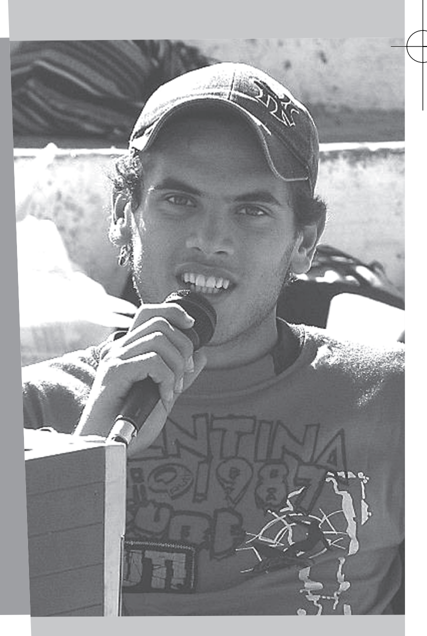
Marga: Es por eso que se habla de una unión de intereses de los pueblos y no solamente de las empresas y grupos comerciales... ¿verdad?

Pancho: Es que tenemos tanto en común... el idioma, la historia de nuestra independencia...

Marga: Claro que sí, pero muchas diferencias que nos enriquecen también. La música, las comidas, los paisajes, los modos de hablar...

Pancho: Y no olvidemos que somos el continente más desigual del mundo, ¡triste primer puesto!

Marga: Tienes razón, en eso somos campeones, Pancho...



Columnistas

Un buen aporte a las radiorevistas, como así también a otros formatos radiales, es contar con personas que realicen aportes concretos en relación a diferentes temas. Son las y los denominados “columnistas”. Se trata de personas que, por su profesión, o por su rol en la comunidad y la sociedad, tienen una experiencia y unos saberes que le agregan nuevos ingredientes al programa.

Por ejemplo, **Martín Gómez**, que es un vecino del barrio formado en cuestiones de salud comunitaria, y una vez por semana durante cinco minutos viene a comentar sobre temas de prevención.

Roberto Alonso, que es cocinero y todos los jueves viene al estudio a comentar una receta nueva para hacer con poco dinero. Sobre todo a finales del mes...





O **Catita**, una aguda analista política que en base a sus 55 años de edad ha conocido distintos gobiernos, distintos procesos históricos, y compara las medidas del gobierno con hechos que ya han sucedido en la vida política del país.

Estos columnistas en general son personas que existen en la vida real, comunicadores y comunicadoras, líderes sociales, dirigentes y dirigentes que cumplen un papel importante... Pero también podemos inventar personajes, que con su voz caracterizada y su humor creativo dinamicen y enriquezcan la salida al aire de nuestra radio revista. Estos personajes, si salen siempre el mismo día y a la misma hora, y se realizan con chispa y gracia, pueden generar una empatía con quienes escuchan la revista que haga que las o los estén esperando en cada emisión.

comentarios de cierre

Llegamos al final del recorrido de esta primera cartilla sobre la **radio revista**. Existe una infinidad de propuestas diferentes sobre este tipo de programa en cada radio popular de América Latina. Con diferencias y coincidencias, todas ellas apuntan a acompañar el día a día de los pobladores de sus barrios, pueblos y ciudades.

La radio revista, además, es muy útil para convocar a participar a nuestras audiencias, intentando que las personas que nos escuchan no sean solamente "oyentes" sino interlocutores activos a través del teléfono, el correo electrónico, las cartas... Las voces de nuestros vecinos y vecinas son bien importantes en nuestra programación.

En cuanto a los formatos que contiene la radio revista, comentamos que son prácticamente todos. El comentario, el sociodrama, la entrevista, los concursos, suelen formar parte de un abanico de posibilidades que este formato nos brinda, haciendo más dinámica y entretenida nuestra oferta radiofónica.

La simpatía de sus conductores y conductoras, por otra parte, es un elemento central. Son los que se encuentran día a día con los oyentes, les cuentan novedades, dan información útil, y escuchan las demandas y reclamos que están en el tapete.

Por eso es importante que preparemos y planifiquemos ordenadamente nuestra radio revista, haciendo siempre el guión de cada emisión. Inventando secciones, convocando columnistas, y estructurando los diferentes bloques con creatividad e imaginación.

Tenemos en esta serie una entrega más sobre radio revistas, donde ofrecemos nuevas herramientas para que te animes a poner al aire la tuya propia.

¿cómo usar este manual?

La propuesta de comunicación y educación que te propone esta serie de manuales tiene la intención de ser útil para todos y todas quienes quieran capacitarse en forma individual y también colectiva. Es por eso que los invitamos a leer estos materiales en grupo, comentando sus contenidos y relacionándolos con sus prácticas cotidianas.

Para esto les sugerimos algunas actividades que pueden realizar con los integrantes de sus equipos, o en talleres que realicen en sus respectivos espacios.

1. Dialogar sin tropiezos

Diálogo de conductores. Se separan por parejas, tienen media hora para preparar un diálogo de 3 minutos. Se puede usar como disparador alguna situación que este preocupando al barrio, noticias de los periódicos. A partir de eso se crea un diálogo improvisando. Se pone en común.
En la segunda parte avanzamos un poco más, la idea ahora es escribir algún tipo de pauta que organice. De esta manera se van ordenando las entradas del locutor y de la locutora. Lo graban aisladamente o delante de todo el grupo. Cuando se pone en común se evaluará más en detalle la relación entre los dos conductores: equilibrio de voces, de intervenciones, de autoridad, de ritmo, de entusiasmo. También se tendrá muy en cuenta si lograron envolver al oyente en su charla o lo dejaron fuera.

2. Salimos de la burbuja

Antes de emprender la aventura de la radiorevista, será bueno conocer a quiénes serán nuestros oyentes. Les sugerimos una pequeña caminata por el barrio para –si no es que ya los conocemos– averiguar un poco más sobre los gustos y las preferencias de nuestra audiencia.

Preparamos una planilla en dónde registraremos los temas y los horarios. El tipo de música y principales programas que escuchan. Y les preguntaremos también sobre alguna anécdota o detalle que los hayan hecho elegir tal o cual programa. Haremos lo mismo para preguntar sobre los que no les gustan o los que dejaron de escuchar.

Luego de recabar esta información, la socializamos en el grupo de producción de la radiorevista y de esta manera planificar los contenidos de la radiorevista.

3. Dime qué dices y te diré si te escucho

Analizar las unidades temáticas de un bloque de programación.
La radio que prefieres es una buena opción para analizar sus contenidos:

- Elige un segmento de la programación.
- ¿Cuánto duró la información?
- ¿Se la puede separar de lo que se emitió antes o después de ella?
- Si no se puede, ¿cuánto dura entonces este segmento?
- ¿Cómo está distribuida la publicidad?
- ¿Qué duración tiene cada aviso?

Sacar conclusiones en equipo:

¿qué podemos tomar como ejemplo y qué deberíamos tratar de evitar?

manuales de capacitación **en radio popular**

3/la radio revista



asociación latinoamericana de educación radiofónica